



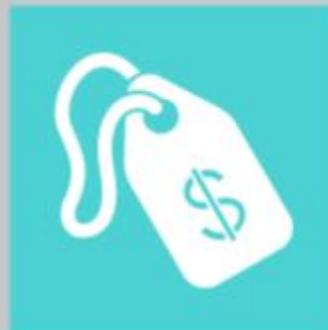
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 136
JUNIO 2015

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS



Upp

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantiene en un nivel pesimista por tercer mes consecutivo

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
jun-14	118,7	139,9	111,2
jul-14	123,8	153,2	113,4
ago-14	119,3	147,6	109,3
sep-14	112,4	133,3	105,1
oct-14	93,9	92,0	94,9
nov-14	99,8	119,6	92,9
dic-14	96,2	116,4	89,1
ene-15	105,1	106,4	104,9
feb-15	103,5	99,2	105,3
mar-15	109,5	125,3	104,0
abr-15	98,8	96,0	100,0
may-15	103,9	106,8	103,1
jun-15	98,7	93,9	100,6
var. m/m	-5,2	-12,9	-2,5
var. a/a	-20,0	-46,0	-10,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Durante junio la confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel pesimista por tercer mes consecutivo y por cuarta vez en el año. El índice disminuyó 5,2 puntos respecto de mayo, y en doce meses ha disminuido en 20,0 puntos.

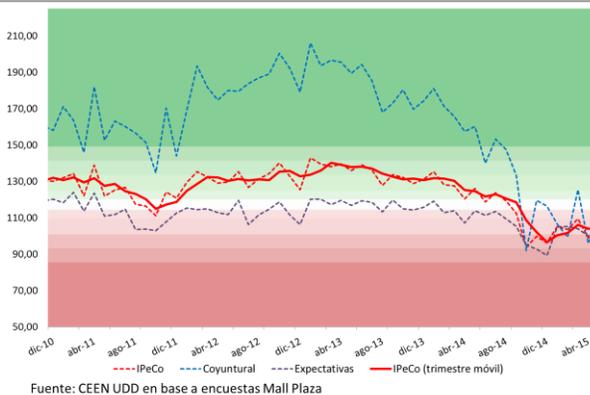
La disminución del IPeCo se debió principalmente a una menor confianza en la actualidad (índice coyuntural), que disminuyó en 12,9 puntos en el mes, aunque se mantuvo en un nivel pesimista. La confianza en el futuro (índice de expectativas), disminuyó levemente, en 2,5 puntos, manteniéndose en un nivel moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron levemente, principalmente debido a un aumento en las visiones de estabilidad de la situación futura, mientras que las visiones de estabilidad de la actualidad disminuyeron levemente.

Según estrato socioeconómico, la confianza disminuyó en el ABC1 y C3, a un nivel pesimista desde un nivel moderadamente pesimista, mientras que en el C2 la confianza disminuyó pero se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista. En el D la confianza aumentó de un nivel muy pesimista a pesimista, mientras que en el E aumentó de pesimista a moderadamente pesimista.

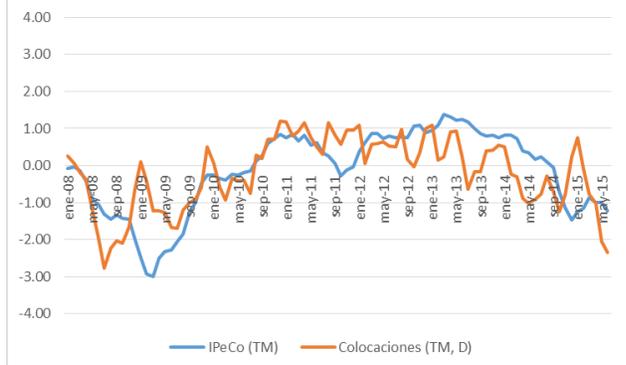
A nivel regional, la confianza de los consumidores disminuyó levemente en la Región Metropolitana y Región del Bío Bío, ubicándose en un nivel muy pesimista y moderadamente pesimista, respectivamente, al igual que en el mes de mayo.

GRÁFICO 1
Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 100



¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento de las colocaciones de consumo



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variable en diferencias
 Fuente: CEEN y Banco Central

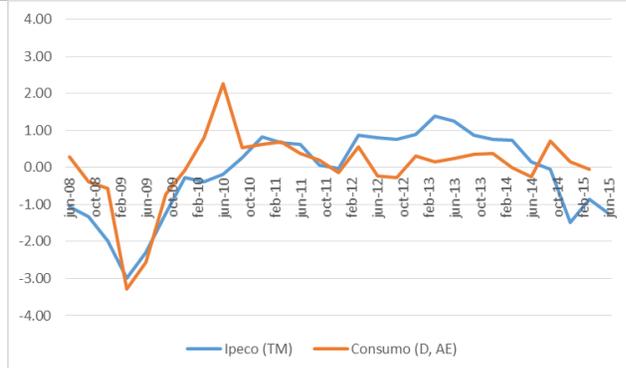
La confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel pesimista

En junio, la confianza de los consumidores disminuyó en 5,2 puntos, neutralizando todo el aumento de 5,1 puntos observado en mayo. Sin embargo, pese a las variaciones moderadas en los índices, la confianza se ha mantenido en un nivel pesimista desde abril.

El promedio móvil trimestral del IPeCo disminuyó levemente, lo que podría indicar que la confianza se mantendría en torno a los niveles actuales. En una perspectiva anual, el promedio móvil trimestral del índice ha disminuido 21,2 puntos, principalmente debido al retroceso de la confianza en la actualidad.

Durante el mes de junio y principios de julio se han conocido una serie de noticias negativas para la economía y la confianza de los consumidores. El ministro de hacienda actualizó las predicciones del año 2015: el crecimiento del PIB se ajustó de 3,0% a 2,5%, la inflación anual de 2,8% a un 3,5%, el precio del cobre promedio de 3,12 a 2,75 USD/lb, el crecimiento de la demanda interna sería de 2,0% y no de 3,9%, y el déficit fiscal efectivo sería de -3,0% en lugar de un -1,9%. Asimismo, el crecimiento del Imacec de mayo fue de 0,8%, cuando se esperaba un 1,5%, constituyendo el peor crecimiento desde agosto del 2014. La inflación de mayo fue de 0,5%, cuando se esperaba un 0,2-0,3%, y la tasa de desempleo aumentó desde un 6,1% a un 6,6% en el trimestre marzo-abril-mayo.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento del consumo total (serie trimestral)



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variables en diferencias; AE = ajustado estacionalmente
 Fuente: CEEN y Banco Central

Complementando este escenario, la tasa de crecimiento de las colocaciones de consumo ha continuado disminuyendo, hasta un magro crecimiento de 0,4% real en doce meses. Asimismo, se ha observado un crecimiento negativo de las colocaciones durante los últimos dos meses, a pesar del bajo costo del crédito (Gráfico 2). Por otro lado, el retroceso de la confianza del consumidor también sugiere que este trimestre la tasa de crecimiento del consumo privado se podría haber estancado o disminuido (Gráfico 3).

CUADRO 2
Índice de Percepción de Consumidores y Visiones
 (% de respuestas)
 Base Dic2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
jun-14	118,67	139,93	111,21	127,32	169,87	106,50	130,36	103,62
jul-14	123,79	153,21	113,38	130,38	204,78	109,86	124,65	109,66
ago-14	119,33	147,62	109,32	139,10	169,27	111,77	109,72	106,63
sep-14	112,44	133,32	105,11	136,16	130,95	114,17	83,95	109,70
oct-14	93,94	92,02	94,86	99,36	79,21	98,62	84,55	97,72
nov-14	99,82	119,55	92,88	125,61	110,12	106,51	67,82	95,42
dic-14	96,24	116,44	89,11	139,84	70,87	95,41	74,24	92,40
ene-15	105,13	106,40	104,91	111,15	99,36	105,52	98,91	108,15
feb-15	103,47	99,21	105,27	99,36	101,54	105,20	114,32	99,53
mar-15	109,51	125,34	104,01	119,46	140,89	106,50	102,86	102,29
abr-15	98,79	96,03	100,03	95,77	99,14	98,27	88,00	109,47
may-15	103,91	106,77	103,12	108,39	106,24	112,74	85,41	104,92
jun-15	98,67	93,89	100,64	108,03	66,98	110,15	74,91	107,69
var. m/m	-5,2	-12,9	-2,5	-0,4	-39,3	-2,6	-10,5	2,8
var. a/a	-20,0	-46,0	-10,6	-19,3	-102,9	3,7	-55,4	4,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Por el lado de los ingresos de los hogares, el desempleo aumentó por primera vez en el año, desde un 6,1% a un 6,6% en el trimestre marzo-abril-mayo, mientras que las remuneraciones reales han disminuido durante dos meses consecutivos. Sin embargo, en doce meses las remuneraciones reales han crecido un 2,1%. Por el lado del consumo efectivo, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) aumentó un 6,9% mensual en mayo, y un 3,1% en doce meses, después de una disminución de 3,8% mensual en abril.

Con estos antecedentes, se podría esperar que en los próximos meses la confianza de los consumidores se mantenga en torno a un nivel pesimista, en concordancia con la situación general de la economía, que parece muy negativa según la evolución de los indicadores de coyuntura.

La confianza en la actualidad se mantuvo pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) mostró una disminución de 12,9 puntos en junio, compensando el aumento de 10,7 puntos del mes previo. Sin embargo, esta se mantuvo en un nivel pesimista. Al analizar las percepciones que componen el índice, se observa que la caída se debe principalmente a una disminución en la percepción del **desempleo actual**, que cayó 39,3 puntos, alcanzando un nivel muy pesimista (desde un nivel pesimista observado en mayo), lo que se debió a un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una disminución de las visiones optimistas. Por otro lado, la percepción de la **situación económica actual** prácticamente no varió (-0,4 puntos), y se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista, luego de aumentos equivalentes de las visiones pesimistas y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído en forma significativa (-46,0 puntos) (Cuadro 2 y 3).

Cabe destacar que durante el segundo semestre del año pasado, la percepción del desempleo que habían declarado los consumidores, creció muy por sobre el desempleo efectivo, que se había mantenido en torno a niveles históricamente bajos. Sin embargo, durante el primer semestre de este año el cambio de la percepción del desempleo ha seguido más de cerca el cambio de la tasa de desempleo efectivo, aunque la diferencia entre ambas se ha mantenido (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



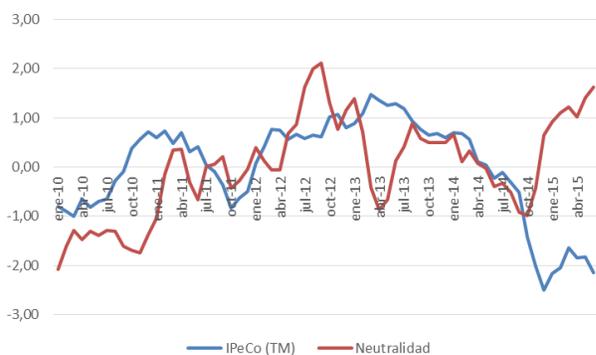
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	1.95	-4.10	2.15
Desempleo Actual	4.09	1.98	-6.06
Situación Económica Futura	0.76	2.45	-3.21
Desempleo Futuro	-0.33	4.99	-4.66
Ingreso Futuro	-1.64	2.53	-0.89

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 5
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en el futuro se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó levemente 2,5 puntos, compensando en parte el aumento de 3,1 puntos observado en mayo, y se mantuvo en un nivel levemente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las percepciones de la situación económica futura y del desempleo futuro, mientras que la percepción sobre los ingresos futuros mejoró levemente.

En junio, la percepción de la **situación económica futura** disminuyó también levemente en 2,6 puntos, con lo que retrocedió desde un nivel moderadamente optimista a un nivel levemente optimista. Esto se debió a una disminución en las visiones optimistas y un aumento de la neutralidad, mientras que las visiones negativas se mantuvieron prácticamente sin cambios. La percepción del **desempleo futuro** cayó 10,5 puntos, desde un nivel pesimista a uno muy pesimista, debido a una caída en las visiones optimistas y un aumento de las visiones neutrales, mientras que las visiones pesimistas no cambiaron. La percepción sobre los **ingresos futuros** aumentó levemente en 2,8 puntos, con lo que avanzó desde un nivel neutral a uno levemente optimista. Esto fue el resultado de una caída en las visiones pesimistas mayor a una caída en las visiones optimistas, y a un aumento en la neutralidad.

Las visiones neutrales aumentaron nuevamente, ya en un nivel alto

Durante junio, las visiones neutrales aumentaron a un 47,5%, desde el 45,9% declarado en mayo, principalmente respecto de la confianza en el futuro, pues las visiones neutrales de la confianza en la actualidad disminuyeron marginalmente.

La alta proporción de visiones neutrales, especialmente respecto de la confianza en el futuro (48,3%), junto a la estabilización de la confianza de los consumidores en un nivel pesimista durante los últimos tres meses, sugiere que en el corto plazo ésta permanecería en torno a los niveles actuales (Gráfico 5).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
jun-14	125,3	110,1	115,2	112,6	102,8
jul-14	117,2	111,2	128,5	137,6	152,9
ago-14	117,2	111,5	134,2	95,8	96,0
sep-14	122,6	108,6	115,1	95,2	25,7
oct-14	111,2	91,7	93,8	85,7	48,0
nov-14	105,7	93,4	108,8	81,6	56,2
dic-14	105,3	105,0	98,5	71,1	90,5
ene-15	100,7	105,1	107,7	90,1	54,4
feb-15	96,9	100,5	111,4	98,3	53,7
mar-15	102,6	106,3	110,0	117,1	89,1
abr-15	85,1	91,8	101,3	115,4	134,4
may-15	112,6	102,5	112,1	72,9	54,8
jun-15	101,6	101,0	101,1	86,6	68,6
var. m/m	-11,0	-1,5	-11,0	13,8	13,7
var. a/a	-23,7	-9,2	-14,1	-25,9	-34,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes \ IPeCo	Bío Bío	RM
jun-14	104,6	145,7
jul-14	115,6	146,7
ago-14	102,5	144,6
sep-14	110,9	131,0
oct-14	99,3	105,6
nov-14	94,4	117,5
dic-14	106,0	113,1
ene-15	104,2	122,8
feb-15	109,4	116,7
mar-15	113,6	125,7
abr-15	128,1	106,1
may-15	106,0	117,1
jun-15	102,5	114,8
var. m/m	-3,5	-2,3
var. a/a	-2,1	-30,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos

La confianza de los consumidores disminuyó en los estratos **ABC1** y **C3**, a un nivel pesimista, desde un nivel moderadamente pesimista, mientras que en el **C2** disminuyó pero se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista. En el estrato **D**, la confianza aumentó de un nivel muy pesimista a pesimista, mientras que en el **E** aumentó de pesimista a moderadamente pesimista (Cuadro 4).²

El nivel de confianza se mantuvo a nivel regional

A nivel regional, la confianza de los consumidores disminuyó levemente en la **Región Metropolitana** y **Región del Bío Bío**, en 3,5 y 2,3 puntos respectivamente, ubicándose en un nivel muy pesimista y moderadamente pesimista, respectivamente, al igual que en el mes de mayo (Cuadro 5).

Cristián Echeverría V., Director CEEN

(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl

Guillermo Acuña S., Investigador

guacunas@udd.cl

Pía Arce H., Investigadora

parcehasbun@gmail.com

M. Carolina Grünwald N., Investigadora

m.grunwald@udd.cl

<http://negocios.udd.cl/ceen>

² Los niveles históricos de las percepciones de los consumidores son específicos al promedio y desviación estándar de cada región y estrato socioeconómico, por lo que el nivel de neutralidad para un grupo no se puede comparar con el de otro.

UFD

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO
Facultad de Economía y Negocios
negocios.udd.cl
fen@udd.cl